

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Peran

1. Pengertian Peran

Peran merupakan aspek yang dinamis dalam kedudukan terhadap sesuatu. Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu.¹ Dalam pengertiannya, peran (*role*) adalah sesuatu yang diharapkan yang dimiliki oleh individu yang mempunyai kedudukan lebih tinggi dalam kehidupan masyarakat.²

Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan (*status*). Apabila seseorang melaksanakan hak-hak dan kewajiban-kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dari peranan adalah suatu kepentingan ilmu pengetahuan keduanya tak dapat dipisah-pisahkan, oleh karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya juga demikian tak ada peranan tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peranan. Sebagaimana halnya dengan kedudukan atau kedudukan tanpa peranan. Sebagaimana halnya dengan kedudukan, peranan juga mempunyai dua arti.³

Menurut Horton dan Hunt, peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang yang memiliki suatu status. Berbagai peran yang tergabung dan terkait pada satu status ini oleh Merton dinamakan perangkat peran. Dalam kerangka besar, organisasi masyarakat, atau yang disebut sebagai struktur sosial, ditentukan oleh hakekat dari peran-peran ini, hubungan antara peran-peran tersebut, serta

¹ Soerjono Soekanto, (1986). *Sosiologi Suatu Pengantar*. cet.7 Jakarta: Rajawali, hlm. 220.

² Peter Salim dan Yeni Salim. (1991). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English Press, hal: 1132

³ Ibid.,

distribusi sumberdaya yang langka di antara orang-orang yang memainkannya. Masyarakat yang berbeda merumuskan, mengorganisasikan, dan memberi imbalan (*reward*) terhadap aktivitas-aktivitas mereka dengan cara yang berbeda, sehingga setiap masyarakat memiliki struktur sosial yang berbeda pula. Bila yang diartikan dengan peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam suatu status tertentu, maka perilaku peran adalah perilaku yang sesungguhnya dari orang yang melakukan peran tersebut. Perilaku peran mungkin berbeda dari perilaku yang diharapkan karena beberapa alasan. Teori Peran memberikan dua harapan pertama harapan-harapan dari masyarakat terhadap pemegang peran. Kedua harapan-harapan yang dimiliki oleh pemegang peran terhadap orang lain yang mempunyai relasi dengannya dalam menjalankan perannya.⁴

2. Unsur-Unsur Peran

Sebagai pola perlakuan, peran memiliki beberapa unsur, antara lain⁵:

- a. Peran ideal, sebagaimana dirumuskan atau diharapkan oleh masyarakat terhadap status-status tertentu. Peran tersebut merumuskan hak-hak dan kewajiban yang terkait dengan status tertentu.
- b. Peranan yang dilaksanakan atau dikerjakan. Ini merupakan peranan yang sesungguhnya dilaksanakan oleh seseorang dalam kehidupan nyata. Peranan yang dilakukan dalam kehidupan nyata mungkin saja berbeda dengan peranan ideal, yang ideal hanya berada dalam fikiran dan belum terealisasi dalam kehidupan yang sebenarnya

Masih terkait dengan peran, Suhardono menjelaskan bahwa peran dapat dijelaskan dengan beberapa cara yaitu: pertama, penjelasan historis: konsep peran

⁴ Davud Berry. (1981) *Pokok-Pokok Pikiran dalam Sosiologi*. Jakarta: Rajawali, hlm. 41.

⁵ Soerjono Soekanto. Op. Cit, hlm. 225

pada awalnya dipinjam dari kalangan yang memiliki hubungan erat dengan drama dan teater yang hidup subur pada zaman Yunani Kuno atau Romawi. Dalam hal ini, peran berarti karakter yang disandang atau dibawakan oleh seorang aktor dalam sebuah pentas dengan lakon tertentu. Kedua, pengertian peran menurut ilmu sosial, peran dalam ilmu sosial berarti suatu fungsi yang dibawakan seseorang ketika menduduki suatu posisi dalam struktur sosial tertentu. Dengan menduduki jabatan tertentu, seseorang dapat memainkan fungsinya karena posisi yang didudukinya tersebut.⁶

B. Pengelolaan

1. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan berasal dari kata manajemen atau administrasi. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh Husaini Usman Management diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan. Dalam beberapa konteks keduanya mempunyai persamaan arti, dengan kandungan makna to control yang artinya mengatur dan mengurus.⁷ Menurut M. Manullang manajemen merupakan sebuah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.⁸

Terkait dengan proses pelaksanaan manajemen, Nanang Fattah mengemukakan bahwa:

⁶ Ahmad Patoni, (2007). *Peran Kiai Pesantren dalam Partai Politik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hal: 40

⁷ Husaini Usman. (2006). *Manajemen, Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. hal.3

⁸ M. Manullang, (2006), *Teori Manajemen*. Jakarta : Ghalia Indonesia. hal.5

“Dalam proses manajemen terlihat fungsi-fungsi pokok yang ditampilkan oleh seorang manajer/pimpinan, yaitu: Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pemimpinan (*Leading*), dan Pengawasan (*Controlling*). Oleh karena itu, manajemen diartikan sebagai proses merencanakan, mengorganisasi, memimpin, dan mengendalikan upaya organisasi dengan segala aspeknya agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien”.

Dari beberapa pendapat tentang definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pengelolaan atau manajemen adalah suatu proses kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, pengendalian, serta pengawasan terhadap penggunaan sumber daya organisasi baik sumber daya manusia, sarana prasarana, sumber dana maupun sumberdaya.

C. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata menurut Ismayanti, adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha.⁹ Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang menguntungkan. Pariwisata berkembang karena adanya getaran manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahui, menjelajahi wilayah baru, mencari perubahan suasana atau untuk mendapatkan perjalanan baru.

Definisi Pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.”¹⁰ Selain itu, Wahab mengemukakan pariwisata adalah

⁹ Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana Indonesia. Hal:55

¹⁰ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 “*Pariwisata*”

salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri.¹¹

Pariwisata adalah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri, atau dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan.¹² Pariwisata secara singkat dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan¹³. Menurut Kodyat pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.¹⁴ Selanjutnya Burkart dan Medlik menjelaskan pariwisata sebagai suatu transformasi orang untuk sementara dan dalam waktu jangka pendek ketujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu.

Secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu

¹¹ Nyoman S. Pendit. (2006). *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta: PT Raja Pradnya Persada.

¹² Fandeli, Chafid. (2002). *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Yogyakarta Fakultas Kehutanan UGM.

¹³ Ibid.,

¹⁴ Suwena, Ketut. dan Widyatmaja, Ngurah. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Udayana University Press: Bali.

perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.¹⁵

Dari beberapa definisi pariwisata oleh beberapa ahli di atas, pariwisata memang menjadi industri yang penting dalam pembangunan di bidang ekonomi bagi pihak yang terkait dalam hal ini stakeholder yaitu pemerintah, pemilik industri, maupun masyarakat yang bersama-sama ikut serta dalam kegiatan pariwisata. Adapaun interaksi yang dilakukan oleh wisatawan dan masyarakat lokal juga dapat berpengaruh terhadap kondisi sosial budaya maupun ekonomi masyarakat setempat serta berpengaruh juga terhadap masa depan pariwisata.

2. Jenis Pariwisata

Menurut Pendit dalam Suwena dkk, ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain¹⁶:

- a. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
- b. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
- c. Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau Negara.

¹⁵ Yoeti, Oka A. (1997). *Perencanaan dan pengembangan Pariwisata*. Jakarta, Pradnya Paramita.

¹⁶ Suwena, Ketut. dan Widyatmaja, Ngurah. Op. Cit.

- d. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
- e. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian, dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
- f. Wisata Bahari, yaitu wisata yang banyak di kaitkan dengan danau, pantai atau laut.
- g. Wisata Cagar Alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
- h. Wisata bulan madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalan.

3. Bentuk Pariwisata

Menurut Nyoman S. Pendit bentuk pariwisata dapat dibagi menjadi lima kategori yaitu¹⁷:

- a. Asal wisatawan

Wisatawan itu berasal dari dalam atau luar negeri. Kalau asalnya dari dalam negeri berarti sang wisatawan hanya pindah tempat sementara

¹⁷ Nyoman S. Pendit. Op. Cit. Hal.77

di dalam lingkungan wilayah negerinya sendiri dan selama ia mengadakan perjalanan.

b. Akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing. Pemasukan valuta asing ini berarti memberi dampak positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjungi, hal ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warga negara ke luar negeri memberikan dampak negatif terhadap neraca pembayaran luar negerinya, disebut pariwisata pasif.

c. Jangka waktu

Kedatangan seorang wisatawan di suatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang mana tergantung kepada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan oleh suatu negara untuk mengukur pendek atau panjangnya waktu yang dimaksudkan.

d. Jumlah wisatawan

Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlah wisatawan yang datang, apakah wisatawan datang sendiri atau rombongan. Maka timbulah istilah-istilah pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

e. Alat angkut yang dipergunakan

Dilihat dari segi penggunaan yang dipergunakan oleh sang wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil, tergantung

apakah sang wisatawan tiba dengan pesawat udara, kapal laut, kereta api atau mobil.

4. Manfaat Pariwisata

Banyak manfaat yang dapat dirasakan dengan adanya pariwisata diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁸

a. Ekonomi

Manfaat pariwisata dari segi ekonomi adalah pariwisata menghasilkan devisa yang besar bagi Negara, sehingga meningkatkan perekonomian negara. Selain itu, pariwisata juga menciptakan peluang kerja lebih besar dan memberikan kesempatan kerja lebih tinggi. Dengan adanya pariwisata, banyak sarana-prasarana yang dibutuhkan guna mengukung pariwisata yang ada. Dengan demikian, jelas adanya pariwisata secara signifikan berpengaruh pada peningkatan perekonomian, baik negara ataupun masyarakat sendiri.

b. Budaya

Perkembangan pariwisata dalam suatu daerah tertentu mau tidak mau akan membawa pemahaman dan pengertian antar budaya melalui interaksi para pengunjung wisata dengan masyarakat lokal. Dari interaksi ini nantinya para wisatawan dapat mengenal dan menghargai budaya masyarakat setempat serta latar belakang kebudayaan lokal yang dianut. Dengan demikian, para pengunjung akan lebih memahami berbagai

¹⁸ Darmadi, IG.N.A. Eka. (2006). “*Pariwisata Antara Kewirausahaan dan Kewirabudayaan*”, Jurnal Kajian Budaya, Indonesia Journal Of Cultural Studies (ISSN 1693 – 8453), Volume 3 Nomor 5 Januari, hlm. 67-87.

budaya dalam suatu obyek wisata tertentu yang menjadikan mereka lebih toleran dengan budaya yang berbeda-beda.

5. Objek dan Daya Tarik Wisata

Marpaung mendefinisikan bahwa objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan atau aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah/tempat tertentu.¹⁹

Menurut Sammeng bahwa objek daya tarik wisata dapat dikelompokkan ke dalam 3 jenis, yaitu²⁰:

- a. Objek wisata buatan, pada dasarnya hasil rekayasa atau budi daya manusia, merupakan hasil ciptaan manusia yang baru. Misalnya: hiburan (lawak/akrobat, sulap), taman rekreasi, pusat perbelanjaan, dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, merupakan hasil ciptaan manusia di masa lampau. Misalnya: bangunan bersejarah, peninggalan arkeologi, museum dan cagar budaya.
- c. Objek wisata alam, hampir semuanya dapat dikunjungi atau dinikmati setiap hari. Seperti: laut, pantai, gunung, danau, sungai, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan dan lain-lain.

Menurut Medlik 1980, ada empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-aspek adalah ²¹:

¹⁹ Marpaung, Happy. (2002). *Pengantar Pariwisata*. Bandung : Alfabeta. Hal.96

²⁰ Sammeng, Andi Mappi. (2001). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta : Balai Pustaka.

²¹ Ariyanto. (2005). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

- a. *Attraction* (daya tarik), dimana daerah tujuan wisata dalam menarik wisatawan hendaknya memiliki daya tarik baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya .
- b. *Accesable* (bisa dicapai), hal ini dimaksudkan agar wisata domestik dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata
- c. Fasilitas (*Amenities*), syarat yang ketiga ini memang menjadi salah satu syarat Daerah Tujuan Wisata (DTW) dimana wisatawan dapat dengan kerasan tinggal lebih lama di Daerah tersebut.
- d. Adanya Lembaga Pariwisata (*Ancillary*). Wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW (Daerah Tujuan Wisata) apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan, (*Protection of Tourism*) dan terlindungi baik melaporkan maupun mengajukan suatu kritik dan saran mengenai keberadaan mereka selaku pengunjung / Orang bepergian.

Di samping tiga atau empat faktor tersebut masih ada juga satu hal lain, yaitu *Tourist Organization* (organisasi wisata), untuk menyusun suatu kerangka dalam pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata serta mempromosikan daerah itu sehingga dikenal orang.²²

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, objek dan daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Tanpa adanya

²² Ibid.,

daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu kepariwisataan sulit untuk dikembangkan.

6. Industri Pariwisata

Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya perusahaan, lokasi tempat kedudukan, bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya.²³

Batasan pariwisata sebagai suatu industri diberikan secara terbatas, hanya sekedar menggambarkan apa sebenarnya pariwisata itu. Dengan demikian dapat memberikan pengertian yang lebih luas. Jadi sebenarnya, ide memberikan istilah industri pariwisata lebih banyak bertujuan memberikan daya tarik supaya pariwisata dapat dianggap sebagai sesuatu yang berarti bagi perekonomian suatu Negara, terutama pada Negara-negara sedang berkembang. Industri pariwisata adalah keseluruhan rangkaian dari usaha menjual barang dan jasa yang diperlukan wisatawan, selama ia melakukan perjalanan wisata sampai kembali ke tempat asalnya.

Menurut Badrudin, ada lima unsur industri pariwisata yang sangat penting, yaitu²⁴:

a. *Attractions* (daya tarik)

²³ Muhammad Tahwin. (2003). "Pengembangan Obyek Wisata Sebagai Sebuah Industri Studi Kasus Kabupaten Rembang," Jurnal Gemawisata, Vol. 1, No.3/November 2003, hal 236-249.

²⁴ Rudi, Badrudin. (2001). "Menggali Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Pembangunan Industri Pariwisata". Kompak 3: 1-13

Attractions dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival-festival, pameran, atau pertunjukan pertunjukan kesenian daerah.

b. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan Support Industries yaitu toko souvenir, toko cuci pakaian, pemandu, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

c. *Infrastructure* (infrastruktur)

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum adanya infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal di sana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

d. *Transportations* (transportasi)

Dalam pariwisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu

perjalanan pariwisata. Transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.

e. *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

Saat ini industri pariwisata semakin pesat. Melihat banyaknya perusahaan-perusahaan produk dan jasa pariwisata yang telah berjalan dan bersaing demi tercapainya suatu tujuan. Industri pariwisata juga memiliki peran penting dalam peningkatan ekonomi masyarakat maupun negara. Produk industri pariwisata tidak akan tercipta tanpa kehadiran wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

7. Peran Pariwisata

Pariwisata mulai dikenal banyak orang setelah keputusan dari presiden pada tanggal 9 Agustus 1964 dengan istilah industri pariwisata. Berdasarkan hal tersebut di Indonesia mulai diadakan upaya pengembangan industri pariwisata agar tujuannya tercapai. Kegiatan pariwisata sungguh memberi peranan berarti terhadap keseluruhan kinerja perekonomian Indonesia. Peranan suatu sektor dalam perekonomian selain dapat dilihat dari

kontribusi sektor tersebut dalam penciptaan *output*, juga dapat dilihat dari besaran nilai tambah yang dihasilkan. Nilai tambah yang dihasilkan tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan suatu sektor dalam menciptakan *output* namun juga oleh biaya yang dikeluarkan dalam menciptakan output tersebut.

Pentingnya pariwisata sebagai suatu industri perlu dikembangkan pada suatu negara, Wahab dalam bukunya *Tourism Management* mengatakan: *It is important factor of economic development, as it motivates the development of several sectors on the national economy*. Dapat diartikan bahwa pariwisata merupakan faktor penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara, karena mendorong perkembangan beberapa sektor perekonomian nasional menurut Damanik & Helmut²⁵, seperti:

- a. Peningkatan kegiatan perekonomian sebagai akibat dibangunnya prasarana dan sarana demi pengembangan pariwisata, sehingga memungkinkan orang-orang melakukan aktivitas ekonominya dari suatu tempat ke tempat lainnya, baik dalam suatu wilayah negara tertentu, maupun dalam kawasan internasional sekalipun.
- b. Meningkatkan industri-industri baru yang erat kaitannya dengan pariwisata, misalnya: *Transportation, Accomodation (Hotel, Motel, Holiday Village, Camping ites, dll)*.
- c. Meningkatkan hasil pertanian dan peternakan untuk kebutuhan hotel dan restoran, seperti sayur, buah-buahan, bunga, telur, daging, dll. Karena semakin banyaknya orang-orang melakukan perjalanan wisata.
- d. Meningkatkan permintaan terhadap: *Handicraft, Souvenir Goods, Art Painting, dll*.
- e. Memperluas barang-barang lokal untuk lebih dikenal oleh dunia internasional termasuk makanan dan minuman.
- f. Meningkatkan perolehan devisa negara sehingga dapat mengurangi beban defisit neraca pembayaran.
- g. Memberikan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, peningkatan penerimaan pajak bagi pemerintah dan peningkatan pendapatan nasional.
- h. Membantu membangun daerah-daerah terpencil yang selama ini tidak tersentuh pembangunan.
- i. Mempercepat perputaran perekonomian pada negara-negara penerima kunjungan wisatawan (*tourist receiving countries*).

²⁵ Damanik, J dan Weber Helmut F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: PUSPAR UGM & Andi Offset.

- j. Dampak penggandaan yang ditimbulkan pengeluaran wisatawan, sehingga memberi dampak positif bagi pertumbuhan daerah tujuan wisata (DTW) yang dikunjungi wisatawan.

Dari pengertian di atas menunjukkan bahwa industri pariwisata bukanlah jenis industri yang berdiri sendiri. Industri tersebut membutuhkan kerja sama dan keterkaitan antara bidang usaha yang satu dengan bidang yang lain. Bidang usaha yang berkaitan dengan industri pariwisata:

1. *Travel Agent/ Tour Operator*
2. Perusahaan Pengangkutan
3. Akomodasi Perhotelan
4. Bar dan Restoran
5. *Souvenir Shop*

Melihat keberadaan dan tujuan dari pengembangan sektor peranan industri pariwisata sangat penting dalam meningkatkan PAD. Selain itu peranan industri pariwisata berpengaruh pada sektor lain menurut Eridiana²⁶ yaitu:

1. Bidang tenaga kerja

Menyerap tenaga kerja karena memberikan dan menciptakan lapangan kerja baru kepada masyarakat.

2. Bidang sosial budaya

Hubungan yang terjalin antara wisatawan dengan penduduk asal tempat wisata tersebut, akan mempengaruhi pola hidup baru.

Pariwisata memang sangat berpotensi untuk dijadikan instrumen peningkatan perolehan devisa. Bahkan lebih dari itu, sebagai suatu fenomena

²⁶ Eridiana, W. (2008). *Sarana Komodasi Sebagai Penunjang Kepariwisata di Jawa Barat*. Jurnal Geografi GEA, 8, (1), 25. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia ke tempat-tempat yang bukan tempat tinggalnya. Pariwisata mempunyai potensi untuk dijadikan instrument guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dalam artian meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bukan saja kesejahteraan materiil dan spiritual, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan kultural dan intelektual. Dan tidak kalah pentingnya, pariwisata juga berpotensi untuk dijadikan instrument guna meningkatkan kualitas lingkungan hidup, baik lingkungan fisik atau alam, maupun kebudayaan.

D. Pengembangan Pariwisata

Sesungguhnya dengan adanya kegiatan kepariwisataan akan timbul hasrat dan keinginan untuk memelihara semua aset wisata agar tetap bertahan dengan baik. Di sinilah pentingnya perencanaan dalam pengembangan pariwisata pada suatu daerah tertentu. Para pengambil kebijakan hendaklah sebelumnya melakukan penelitian atau pengkajian terhadap semua aspek yang berkaitan dengan pariwisata tersebut. Mulai dari potensi yang dimiliki daerah itu, kebiasaan hidup masyarakat sekitar, kepercayaan yang di anutnya, sampai dengan tingkah laku atau kebiasaan yang direncanakan akan ditarik untuk berkunjung ke daerah tersebut.²⁷

Pembangunan harus dilakukan terencana dan terus menerus karena kebutuhan masyarakat selalu meningkat dari waktu ke waktu. Maka dari itu pembangunan pariwisata merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran pembangunan yang telah ditentukan sebelumnya.

²⁷ A.Yoeti, Oka. (2008). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung :Angkasa

Upaya-upaya pembangunan tersebut antara lain daya tarik pariwisata, sarana dan prasarana pariwisata, promosi pariwisata, dan sumber daya manusia.²⁸

1. Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata

Menurut Yoeti daya tarik pariwisata adalah suatu obyek ciptaan Tuhan maupun hasil karya manusia yang menarik minat orang untuk berkunjung dan menikmatinya. Suatu obyek wisata keberadaannya harus memenuhi / ditunjang beberapa syarat, yaitu:

- a) *Something to see* yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat pada suatu obyek wisata misalnya di tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.
- b) *Something to do* yaitu segala sesuatu yang dapat dilakukan di suatu obyek wisata misalnya disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- c) *Something to buy* yaitu segala sesuatu yang dapat dibeli misalnya tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (shopping), terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

Daya tarik wisata yang juga disebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Adapun unsur pokok yang harus diperhatikan dalam menunjang pengembangan obyek dan daya tarik wisata yaitu:

- a) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih

²⁸ Sumihardjo, T. (2008). *Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Melalui Pengembangan Daya Saing Berbasis Potensi Daerah*. Bandung: Fokus Media.

- b) Adanya cirri khusus/spesifikasi yang bersifat langka, yang tidak ada pada daerah lain
- c) Adanya aksesibilitas yang banyak untuk dapat menjangkau obyek wisata tersebut.

2. Pengembangan sarana dan prasarana

Menurut Yoeti sarana kepariwisataan dapat diartikan semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan tetapi hidup dan kehidupan tidak selamanya tergantung kepada wisatawan. Sarana kepariwisataan terbagi menjadi tiga dimana semuanya saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan antara lain:²⁹

- a. Sarana pokok kepariwisataan, yaitu perusahaan-perusahaan yang hidup dan kehidupannya tergantung kepada lalu lintas wisatawan yang melakukan wisata, yang fungsinya mempersiapkan dan merencanakan wisatawan. Termasuk dalam kelompok ini adalah hotel, losmen, wiswa, restoran, dan lain-lain.
- b. Sarana perlengkapan kepariwisataan, adalah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok, sehingga fungsinya membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah atau tempat yang dikunjungi, yang termasuk dalam kelompok ini adalah fasilitas-fasilitas untuk bermain, olahraga, dan beribadah.
- c. Sarana penunjang kepariwisataan, adalah fasilitas yang diperlukan untuk menunjang sarana prasarana pokok sarana pelengkap yang berfungsi agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di

²⁹ Yoeti, Oka. (2008). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa, Bandung

tempat yang dikunjungi tersebut, yang termasuk dalam kelompok ini adalah keberadaan pasar yang menjual berbagai hasil kerajinan dari masyarakat setempat.

Prasarana menurut Yoeti adalah fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya.³⁰ Menurut Lothar A. Kreek yang dikutip Yoeti, membagi prasarana menjadi dua kelompok yaitu, prasarana perekonomian dan prasarana sosial.³¹

a. Prasarana perekonomian, terdiri dari :

- 1) Pengangkutan (transportasi), yang dapat membawa para wisatawan dari tempat dimana ia tinggal, ke tempat atau Negara yang merupakan daerah tujuan wisata.
- 2) Prasarana komunikasi, yang bermanfaat agar mendorong para wisatawan untuk mengadakan perjalanan perjalanan jarak jauh. Dengan tersedianya prasarana komunikasi, wisatawan dapat berkomunikasi dengan keluarganya di Negara asal, yang termasuk dalam prasarana ini antara lain, telepon, telegram radio, TV, dan lain-lain.
- 3) Perbankan, pelayanan bank yang lancar dan baik berarti wisatawan mendapat jaminan untuk memudahkan mengirim dan menerima uangnya.

³⁰ Ibid., 96

³¹ Ibid., hal 97

- 4) Kelompok prasarana yang tergolong utilitas, maksudnya adalah kelompok prasarana yang sifatnya sangat mendasar, yang termasuk dalam kelompok ini adalah penerangan listrik dan persediaan air minum.

b. Prasarana sosial

Prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Termasuk dalam prasarana ini adalah:

- 1) Faktor keamanan, perasaan aman selama tinggal di daerah tujuan wisata
- 2) Petugas yang langsung melayani wisatawan termasuk ke dalam kelompok ini seperti: polisi, pramuwisata dan lain-lain.
- 3) Pelayanan kesehatan dengan adanya jaminan bahwa di daerah tujuan wisata tersedia pelayanan bagi suatu penyakit yang mungkin diderita oleh wisatawan, misalnya didirikan Rumah Sakit atau Rumah Sakit Pembantu.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya sarana pelengkap dan penunjang serta sarana perekonomian dan sosial akan mendukung sarana prasarana pokok kepariwisataan, dan itu berarti adanya saling keterkaitan antara satu dengan yang lain dan saling mengisi.

3. Pemasaran dan promosi pariwisata

Menurut Saleh Wahab yang dikutip oleh Yoeti pemasaran pariwisata adalah suatu proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi

pariwisata nasional untuk melakukan identifikasi terhadap wisatawan yang sudah punya keinginan untuk melakukan perjalanan wisata dan wisatawan yang punya potensi akan melakukan perjalanan wisata dengan jalan melakukan komunikasi dengan mereka, mempengaruhi keinginan, kebutuhan, memotivasi terhadap apa yang disukai dan apa yang tidak disukainya pada tingkat daerah-daerah lokal, regional, nasional, maupun internasional dengan menyediakan obyek dan atraksi wisata agar wisatawan memperoleh kepuasan optimal.³² Sedangkan J Krippendorf dalam Yoeti pemasaran pariwisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata, baik milik swasta atau pemerintah dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional atau internasional untuk mencapai kepuasan wisata dengan memperoleh keuntungan yang wajar.

Pemasaran sebagai suatu kebijakan dalam pengembangan pariwisata memiliki empat fungsi yaitu:

- a) Perumusan pasar baik yang nyata maupun potensial dan pengkajian yang dalam mengenai analisis kebutuhan selera dan konsumen.
- b) Komunikasi, untuk memikat permintaan dengan cara meyakinkan wisatawan, bahwa daerah tujuan wisata tersedia dengan daya tarik, fasilitas, dan jasa-jasanya akan memenuhi selera wisatawan.
- c) Pengembangan, merencanakan dan mengembangkan atraksi-atraksi dan jasa-jasa wisata yang dapat memberikan peluang penjualan serta dapat memenuhi permintaan wisatawan.

³² Ibid.,98

d) Pengawasan, untuk mengevaluasi, mengukur dan menghitung hasil-hasil serta pendapatan yang diperoleh.

4. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Menurut Siagian pengembangan sumber daya manusia adalah proses untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam membantu tercapainya tujuan organisasi. Kemampuan sumber daya manusia dalam perusahaan dapat ditingkatkan melalui program-program atau pelatihan-pelatihan dan pendidikan.³³ Pelatihan pada karyawan akan dilakukan bagi karyawan yang dinilai kurang memiliki pengetahuan dalam pekerjaannya. Secara umum, pelatihan dapat dilakukan di dalam (internal) dan diluar organisasi (eksternal), serta dapat juga melalui pelatihan online melalui e-learning. Sedangkan metode on-the-job training dan metode off-the-job-training.

Menurut Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata upaya pengembangan sumber daya manusia ini merupakan upaya yang mendukung pengembangan produk dan pemasaran. Setiap daerah tujuan wisata dituntut untuk mampu meningkatkan mutu sumber daya manusia, karena sesungguhnya kualitas sumber daya manusia ini diyakini secara langsung akan menentukan suatu produk dan pelayanan pariwisata.

Pengembangan sumber manusia di bidang pariwisata sangat penting dilakukan agar daerah yang akan mengembangkan pariwisata dapat menyediakan sendiri kebutuhan akan tenaga-tenaga pariwisata yang terlatih, sehingga dapat menyerap tenaga-tenaga lokal, disamping itu akan

³³ Siagian, Sondang. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.hal.200

dapat meningkatkan apresiasi dan pengertian terhadap pariwisata dan dapat memberikan pelayanan sesuai dengan standar internasional. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata menjelaskan strategi pengembangan sumber daya manusia tersebut antara lain:

- a) Peningkatan kemampuan bahasa asing di kalangan stakeholder yang bergerak di bidang pariwisata seperti tenaga kerja di pemerintah daerah usaha pariwisata.
- b) Penyiapan tenaga-tenaga terampil di bidang perhotelan, restoran, biro perjalanan dan pemandu wisata.
- c) Peningkatan dan pemantapan kesiapan masyarakat sebagai tuan rumah.
- d) Peningkatan kemampuan teknis di bidang perencanaan dan pemasaran pariwisata
- e) Peningkatan kemampuan teknis di bidang perencanaan dan pemasaran.

Dalam mengembangkan pariwisata baik pengembangan destinasi, kawasan pariwisata, maupun objek daya tarik wisata pada umumnya mengikuti alur atau siklus hidup pariwisata. Adapun tujuannya adalah untuk menentukan posisi pariwisata yang akan dikembangkan.